

1. OBIETTIVI STRATEGICI

Identificazione degli obiettivi che il piano di comunicazione intende raggiungere

Il piano di comunicazione di Leonardo ha l'obiettivo di aumentare la visibilità dell'impegno dell'azienda in ambito di inclusione e parità di genere, per far conoscere le iniziative a valore aggiunto che la stessa vuole fornire ai suoi dipendenti ma anche ai propri stakeholder.

Il progetto di comunicazione di Leonardo si sviluppa all'interno di un contesto strutturato di attività comunicative, cui prendono parte diversi stakeholder: associazioni di categoria (tipicamente Cassa Edile, ANCE, Confindustria), scuole e istituti privati, enti pubblici, altri attori pubblici e privati.

Leonardo intende, dunque, attivare un proprio progetto comunicativo sinergico ma allo stesso tempo autonomo rispetto a quello dei propri stakeholder, diffondendo sul territorio il programma delle proprie attività in ambito parità di genere, facilitando le sinergie con altre imprese.

2. TIPOLOGIA DI DESTINATARI

Identificazione dei gruppi di riferimento e dei target specifici destinatari della comunicazione attuata con il presente piano.

Il progetto di comunicazione di Leonardo, attraverso le attività dirette e quelle degli stakeholder collegati, mira a raggiungere diversi soggetti:

- Lavoratori/addetti (dipendenti, somministrati, collaboratori), impiegati in uffici e in attività di cantiere;
- Clienti privati e pubblici (tipicamente Curia e Comuni);
- Fornitori o subappaltatori a cui vengono affidati i servizi di supporto alle attività di cantiere (tipicamente, ponteggisti, e associazioni come Federlavoro, etc);
- Associazioni (tipicamente Cassa Edile, ANCE, Confindustria);
- Istituti di credito;
- Ulteriori soggetti del mondo edile e stakeholder.

3. STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Identificazione degli elementi principali della strategia di comunicazione.

Con riferimento alla strategia di comunicazione si agirà su diversi elementi, al fine di coinvolgere il personale per far conoscere le politiche in ambito di parità di genere ed inclusione. Le iniziative principali, che verranno successivamente descritte con maggior dettaglio, sono:

- A. Promozione attraverso il SITO WEB aziendale;
- B. Promozione attraverso i Canali Social aziendali (LINKEDIN, etc) per veicolare e far conoscere le diverse iniziative intraprese;
- C. Creazione di INFORMATIVA per il personale e stakeholder;

- D. EVENTI - INTERVISTE - INCONTRI TEMATICI per far conoscere l'impegno di Leonardo per la parità di genere e inclusione;
- E. DOCUMENTAZIONE PER NUOVO PERSONALE (WELCOME KIT)
- F. REGOLAMENTO INTERNO AZIENDALE E POLITICA AZIENDALE

A. SITO WEB

Leonardo favorisce il continuo e costante aggiornamento del sito web, con contenuti che sono in grado di rappresentarla secondo standard di alto profilo. Al fine di favorire la visibilità del sito saranno valutate le seguenti azioni:

- Analisi SEO E KEYWORDS;
- Verifica degli accessi e delle performance del sito attraverso gli strumenti di analisi messe a disposizione dalla piattaforma web che ospita il sito aziendale

B. CANALI SOCIAL

Il progetto prevede l'implementazione di contenuti in ambito di inclusione e parità di genere sui canali social aziendali e in particolare attraverso LinkedIn. La gestione sarà affidata ad un amministratore che controlli/validi sia le richieste di collegamento che i contenuti che vengono pubblicati; inoltre sarà prevista una grafica ad hoc che contenga i *key visual* della comunicazione in tema parità di genere.

Periodicamente (almeno 1 volta ogni 2 mesi) vengono pubblicati articoli, video, eventi, ecc., coinvolgendo i diversi attori della rete, al fine di aumentare i follower grazie all'interazione di coloro che, leggendo il post, lo consigliano, lo condividono e lo commentano. Saranno periodicamente verificati i dati di *analytics* per analizzare, in particolare, l'incremento dei follower, l'andamento delle visite e l'interesse dei singoli post pubblicati.

C. INFORMATIVA/NEWSLETTER

Sarà prevista la predisposizione di una INFORMATIVA/NEWSLETTER indicativamente con frequenza bimestrale che verrà inviata ai dipendenti/addetti e agli stakeholder e inserita anche sul sito web e, ove possibile, esposta in forma visibile nei cantieri. La newsletter è uno strumento efficace che consente di veicolare i contenuti che saranno di utilità, interessanti e di qualità. Si valuterà se inserire degli articoli/interviste agli aderenti su temi specifici in ambito parità di genere.

D. EVENTI - INTERVISTE - INCONTRI TEMATICI

- Eventi: Saranno organizzati eventi in presenza (o in remoto) per presentare le tematiche sulla parità di genere, iniziative, aggiornamenti, etc., con l'obiettivo di creare una cultura sulla parità di genere e sull'inclusione.
- Incontri/Interviste: saranno previsti incontri e interviste onde valutare il grado di soddisfazione e di conoscenza delle nuove iniziative; potrà essere predisposto un questionario ad hoc da compilare da parte dell'intervistatore.
- Incontri Tematici: saranno organizzati incontri tematici per valutare possibili nuove opportunità di sviluppo di nuovi progetti e per incrementare e favorire la cultura della parità di genere.

→ Tavole rotonde: saranno promosse e si parteciperà a tavole rotonde e *focus group* con associazioni regionali e nazionali per far conoscere e recepire nuovi stimoli relativi alle iniziative in tema di parità di genere.

Leonardo intende garantire, a parità di ruolo e competenza, che i generi siano equamente rappresentati tra i relatori del *panel* di tavole rotonde, eventi, convegni o altro evento anche di carattere scientifico.

E. DOCUMENTAZIONE PER NUOVO PERSONALE

Sarà fornito ulteriore materiale da inviare al personale (es. Welcome kit, power point formativo su parità di genere, etc.)

F. REGOLAMENTO INTERNO AZIENDALE E POLITICA AZIENDALE

Sarà diffusa la cultura della parità di genere attraverso conosciuti strumenti aziendali come il regolamento interno e la politica, periodicamente revisionati e condivisi con i lavoratori/addetti

4. STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

Elencare gli strumenti operativi, sia online che offline, che sono impiegati nell'attuazione del piano di comunicazione. Definire le modalità, le tempistiche e la frequenza di utilizzo della strumentazione predisposta evidenziando i risultati attesi anche in termine di feedback del pubblico destinatario.

Di seguito vengono indicati gli strumenti operativi di comunicazione, sia online che offline che si prevede di adottare nel piano di comunicazione con le relative tempistiche e frequenze.

Canale	Modalità / caratteristiche	Tempistiche	Frequenza	Finalità	Risultati attesi
Sito web	Aggiornamento del sito con pagine specifiche dedicate al tema della parità di genere	Entro maggio	1 volta ogni 2 mesi	informativa	Maggior visibilità delle comunicazioni
Social	Utilizzo dei social con post mirati al fine di coinvolgere il pubblico (post gestiti da un amministratore che controlla sia le richieste di collegamento sia le pubblicazioni)	Entro maggio	1 volta ogni 2 mesi	Informativa +relazione	Incremento dei follower per avere più visibilità sulle tematiche
Informativa/ newsletter	Informativa/Newsletter da inserire sul sito per policy sulla genitorialità, sulle iniziative intraprese, etc	Entro maggio	Ogni due mesi (o con maggior frequenza in base alle informazioni che si vuole comunicare)	Informativa +relazione	

Canale	Modalità / caratteristiche	Tempistiche	Frequenza	Finalità	Risultati attesi
Eventi -incontri tematici/tavole rotonde	Eventi (in presenza o on-line) e incontri tematici in ambito parità di genere		Da definire; legate ad associazioni	Informativa +relazione	
Documentazione per nuovi assunti e per personale in essere	Welcome kit, documentazione afferente, regolamento interno aziendale e politica aziendale (da conservare in area dedicata del sito) per illustrare come vengono trattate in azienda le tematiche in ambito parità di genere	Già esistente, da modificare all'occorrenza	Revisione annuale	Informativa	

5. CRONOPROGRAMMA – TIMELINE

Elaborare un cronoprogramma delle attività di comunicazione rapportato alla timeline della programmazione definita nel piano operativo di sviluppo.

Il Piano di comunicazione finalizzato alla divulgazione delle informazioni relative ai contenuti dei progetti, si svilupperà nell'arco degli anni di riferimento per le seguenti attività di comunicazione:

Anno 2024:

- pubblicazioni relative ai progetti in materia di parità di genere sui siti web e sui canali social, per condividere ampiamente gli sviluppi con il pubblico;
- incontri sul territorio con associazioni del territorio e associazioni nazionali;
- presentazione dei progetti in essere durante momenti di apertura e conoscenze dei cantieri alle famiglie dei lavoratori;

Anno 2025:

Da definire